

**Akademiska sjukhusets
kommunikationsavdelning
– med fokus på covid-19-kommunikation
2020**

Nominering till Årets inhouseavdelning

Bakgrund

Detta bidrag till årets byrå/inhouse-avdelning lyfter tre exempel där vi agerat som inhouse-avdelning för covid-19-kommunikationen under 2020.

Pandemin ställde krav på Akademiska sjukhusets kommunikationsavdelning på ett helt nytt sätt som vi som avdelning aldrig tidigare upplevt. Vi blev tvungna att samla oss kring en enda fråga och snabbt sätta upp kommunikationskanaler för att möta det enorma kommunikationsbehov som uppstod. En kommunikationsavdelning på ett sjukhus har vanligtvis många områden att hantera, där kriskommunikation bara är en uppgift, men denna världskris ledde till att vi fick lägga allt annat åt sidan.

I och med det stora underskott som sjukhuset dragits med de senaste åren och det sparpaket som just satts i verket, har det inte funnits resurser för att ta hjälp av leverantörer eller byråer i sjukhusets covid-kommunikation. Budskapen, planering och utformningen av kommunikationen har skötts av sjukhusets kommunikatörer för att på ett kostnadseffektivt och snabbt sätt nå fram till allmänheten och skapa stolthet och igenkänning för våra medarbetare.

Bakgrund

Akademiska sjukhusets kommunikationsavdelningen har under den pågående pandemin haft ett brett uppdrag inom ramen för covid-19-kommunikation, både internt och externt: vi har arbetat aktivt i styrgrupp/stab med att ta fram medarbetar- och chefsinformation, vi har arbetat med planering och genomförande av beslutade aktiviteter, vi har berättat om det arbete som görs inom sjukhusets verksamheter och uppmärksammat medarbetarnas insatser, och på så vis skapat stolthet men också kunskap om sjukhusets enorma arbete med covid-patienterna. Avdelningen har också hanterat en strid ström medieförfrågningar och möjliggjort en dialog med allmänheten då stort allmänintresse finns.

Se sammanställningen [Ett år med covid-19](#), som togs fram i samband med att sjukhuset summerade det första året med covid-19 i januari 2021.

Våra syften med covid-kommunikationen

- Vi hjälper till att informera om covid-19-vården till allmänheten och använder vår kunskap om viruset för att kunna påverka invånare att följa de rekommendationer som finns, i syfte att minska antalet covid-19-patienter.
- Vi informerar medarbetare kontinuerligt om aktuell status, fattade beslut och gällande instruktioner.
- Vi bygger samtidigt varumärket Akademiska och lyfter våra medarbetare som kämpar i vården genom att dela med oss av sjukhusets arbete och medarbetarnas berättelser. Indirekt bygger vi även stolthet internt.

Våra kommunikationsmål

- Medarbetare ska ta del av ny information och aktuellt läge. De ska hitta rutiner, riktlinjer, mallar, kontaktuppgifter och informationen ska vara tydlig. De ska känna sig trygga med att innehållet är korrekt och aktuellt. Medarbetare ska känna till att det finns en organisation på Akademiska som arbetar med covid-19-frågan.
- Chefer ska vara informerade och skyndsamt få kännedom om fattade beslut. De ska till stor del kunna svara på medarbetares frågor gällande Akademiska sjukhuset, alternativt veta var de kan hänvisa dem vidare.
- Invånarna ska vilja dela vidare i sociala medier de budskap som sjukhuset tar fram.

Exempel 1: Livesändning med Hanapee

Det började med en stilig infektionsläkare i morgonsoffan. När vi på Akademiska sjukhusets kommunikationsavdelning såg att den mammalediga influeraren Hanna Persson uttryckt sin förtjusning över vår infektionsläkare Fredrik Sund var vi inte sena att kontakta henne. Hanna hade tidigare använt sina kanaler till att uppmana följarna att följa de restriktioner som finns, varför vi tyckte att hon vore bra ambassadör. Den 13 november 2020 genomförde Fredrik Sund och Hanna Persson en frågestund om covid-19. Engagemanget hos Hannas följare var stort – inför sändningen inkom nästan 3000 frågor.

Akademiska sjukhuset var först ut med att samarbeta med influerare. Samarbetet blev uppmärksammat i bland annat i [DN](#) och [Vetenskapspodden](#). Efter vår livesändning genomförde till exempel både Stefan Löfven och Amanda Lind livesändningar tillsammans med andra influerare på Instagram.

Exempel 1: Livesändning med Hanapee

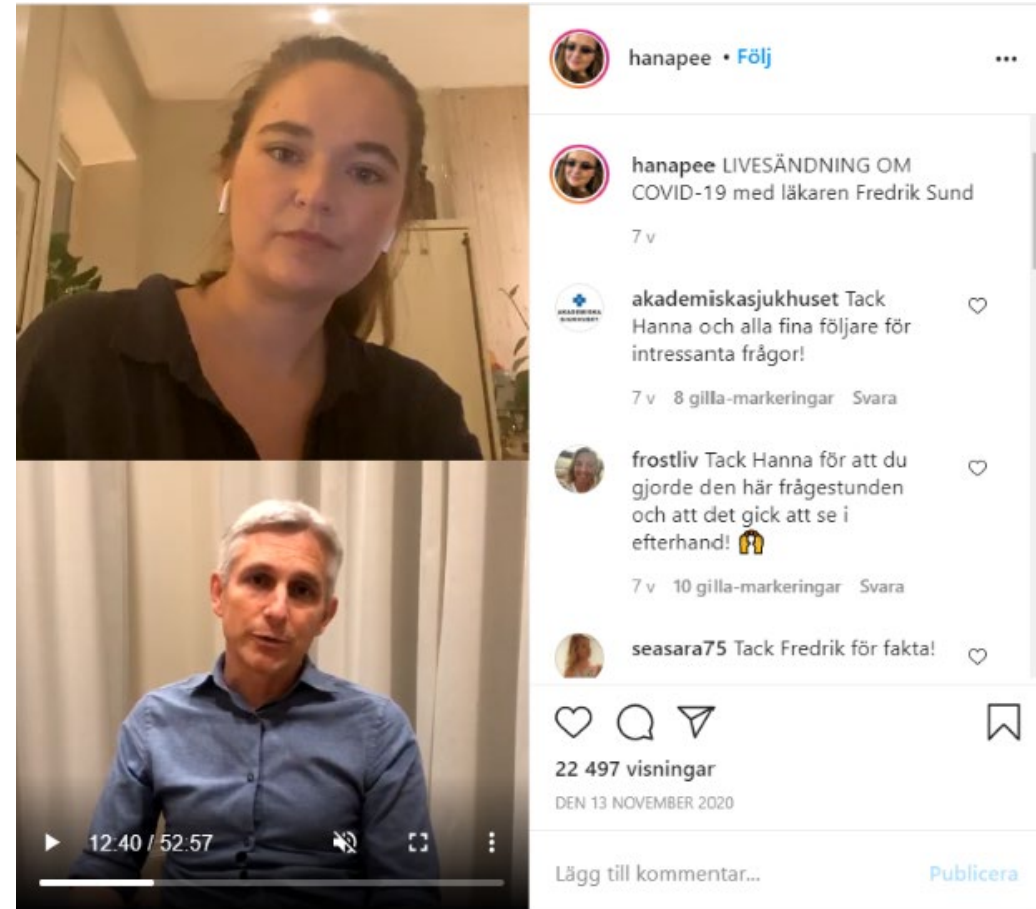


Exempel 1: Livesändning med Hanapee

Livesändningen har idag 22 539 visningar och var ett obetalt samarbete.

Nästan 3000 frågor kom in inför livesändningen till Hanna Persson.

[Länk till livesändningen](#)



Exempel 2: Karantänborg

Sista april närmade sig och oron bland vårdpersonalen steg. Hur skulle vi klara pandemin om Uppsalaborna samlades i stora grupper för att fira vårens ankomst? Vi tog vara på studenternas sätt att leka med ordet *valborg* och myntade begreppet *Karantänborg*. Budskapet var en uppmaning till att stanna hemma, med vårdpersonalen som personlig avsändare. Resultatet? En ekande tom Ekonomikumpark och ingen ökning i smittspridningen. Insatsen uppmärksammades bland annat av [UNT](#).

Räckvidd: 413 786

Antal reaktioner, kommentarer och delningar: 29 048

[Länk till inlägget](#)

Karantänborg

Hur du väljer att fira sista april påverkar dina medmänniskor. Vi som jobbar i vården behöver din hjälp att bromsa smittspridningen.

Tack för att du stannar hemma i år.



AKADEMISKA
SJUKHUSET

Exempel 2: Karantänborg



"I normala fall så skulle vi inom akutsjukvården förberett oss inför valborg genom att ställa upp ett tält utanför akutmottagningen. Detta för att öka vår kapacitet att hand om patienter som behöver träffa läkare och behöver övervakas på grund av alkoholförgiftning.

I år ser situationen helt annorlunda ut. Vi, liksom hela Akademiska sjukhuset, har fått ställa om vår verksamhet för att på bästa sätt kunna hantera coronapandemin. Vår målsättning är, och har alltid varit, att ta hand om alla svårt sjuka patienter som kommer till oss. Nu ska vi också se till att alla patienter som söker vård hos oss inte exponeras för risken av att smittas av covid-19. Detta ställer stora krav på oss och det går åt mer resurser för att klara av den uppgiften.

I läget som vi befinner oss i har vi svårt att bemanna upp ytterligare inför valborg. Utifrån det vill vi uppmana er alla i allmänheten att fira valborg där ni bor - res inte till Uppsala! Vi ser gärna att ni tar ert ansvar för att hjälpa oss och samhället att klara av denna svåra situation.

Tack för er förståelse.

Med vänlig hälsning, all personal inom akutsjukvården."

Räckvidd: 413 786. Antal reaktioner, kommentarer och delningar: 29 048.

[Länk till inlägget](#)

Exempel 2: Karantänborg

"Vi räddar liv varje dag. Nu kan du också göra det. Hoppas vi inte ses i tältet!"



Räckvidd: 10 824. Antal reaktioner, kommentarer och delningar: 763.

[Länk till inlägget](#)

Exempel 2: Karantänborg



**"Jag vill uppmana alla att byta
ut valborg till karantänborg"**

Kristofer Erling, beredskapssamordnare och tjänsteperson i beredskap under valborg, berättar:

"Som beredskapssamordnare på sjukhuset arbetar jag med sjukhusets planering inför sista april. En stor del av arbetet sker i fokusgrupper där sjukvården deltar i fokusområdet sjukvård, säkerhet och sociala insatser, dessa samordnas av Destination Uppsala och evenemangspolis.

Inom region Uppsala har vi också egna arbetsgrupper och avstämningar där min roll som beredskapssamordnare är att tillsammans med sjukvårdens aktörer ta fram en beredskapsplan för evenemanget. I beredskapsplanen tar vi höjd för olika tänkbara händelser och skapar en samsyn vad gäller exempelvis resurser, säkerhet och kommunikation. Hade allting varit som vanligt skulle vi förstärka sjukvården utifrån planen. På sjukhusområdet skulle vi haft ett tält att nyttja för tillnyktring som bemannats av akutmottagningen och Nära vård och hälsa skulle ordnat med sjukvårdsgupper i Ekonomikum samt ställt upp med resurser på Kungsgårdets vårdcentral.

Nu är det inget vanligt år och vår planering utgår från att sista april är inställt. Vi bibehåller ändå förstärkning för delar av sjukvårdens resurser och har tagit hjälp av smittskyddsläkare i planeringsarbetet. Med anledning av det rådande läget har vi särskild sjukvårdsledning etablerad regionalt och lokalt i ett förstärkningsläge där frågor gällande covid-19 som dyker upp kan hanteras. Avstämningar med berörda funktioner för sjukvården och samhällets övriga aktörer som arbetar under valborg kommer genomföras som vanligt under helgen.

Jag vill uppmana alla invånare att byta ut valborg till karantänborg så att vi tillsammans hjälps åt att bromsa spridningen av covid-19. För att göra det behöver vi undvika sammankomster och folksamlingar."

Räckvidd: 15 772. Antal reaktioner, kommentarer och delningar: 817

[Länk till inlägget](#)

Reaktioner



Gun-britt Brolin Beundrar er som kämpar med svårt sjuka människor! 🥰🌹

Gilla · Svara · Meddelande · 37v



Ingaliil Gadhasson Tack för att ni orkar. Hoppas hälsningen går hem, ni har nog ändå som det är. 🌹🌹🌹🌹

Gilla · Svara · Meddelande · 37v



Lena Sääf Ja verkligen hoppas att alla tar ett ansvar även ungdomarna. Tänk inte bara på er själva. Det kommer flera Valborgsmässaöftnar!

Gilla · Svara · Meddelande · 37v



Ann Nilsson Verkar lugnt på stan, enl polisen. Nu får vi se hur brasorna sköts...

Gilla · Svara · Meddelande · 37v



Helmi Aho Berggård Så klokt av akademiska sjukhuset, universitetet och Uppsala kommun!, 🌹

Gilla · Svara · Meddelande · 37v



Åsa Bergerheim Palmcrantz Stanna hemma! Det är det som gör skillnad!

Gilla · Svara · Meddelande · 37v



Wiwi Pettersson Ni gör ett fantastiskt jobb, kram till er ❤️❤️❤️

Gilla · Svara · Meddelande · 37v



Marita Carlsson Lena ni hjältar. Stora kramar 🙌🌹🌹🙌

Gilla · Svara · Meddelande · 37v

Exempel 3: Medarbetarnas ansikten som ett verktyg för att åstadkomma beteendeförändring

Våra budskap med råd om hur vi tillsammans kan hindra smittan har syftat till att åstadkomma en beteendeförändring hos våra följare. Ganska snart märkte vi att alla kände till att man ska tvätta händerna och hålla avstånd, men många valde trots det att inte följa råden. Vi vet att känslor som empati och medkänsla är avgörande för människans vilja att hjälpa till. Studier visar att vi har lättare att känna medkänsla för endast en person. Så fort det blir två personer dalar vår medkänsla. Vi valde därför att låta våra medarbetare vara ansiktet utåt för råden. På så vis skapade vi identifierbara medmänniskor som mottagaren kan sympatisera med. Därigenom skapades en större motivering till att följa råden. Inläggen har fått stor spridning på sociala medier.

Exempel 3: Medarbetarnas ansikten som ett verktyg för att åstadkomma beteendeförändring

Räckvidd: 69 315

Antal kommentarer, reaktioner och delningar: 3 529

[Länk till inlägget](#)



Exempel 3: Medarbetarnas ansikten som ett verktyg för att åstadkomma beteendeförändring

Räckvidd: 137 049

Antal kommentarer, reaktioner och delningar: 10 039

[Länk till inlägget](#)

